

ABSTRAK

Katon Prabowo, 0901906, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan (Survei Pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan Kabupaten Garut). Di bawah bimbingan Rini Andari S.Pd., S.E.Par.,M.M. dan Yeni Yuniawati S.Pd.,MM.

Kabupaten Garut merupakan salah satu destinasi wisata di Jawa Barat, banyak jenis daya tarik wisata yang terdapat di Kabupaten Garut mulai dari wisata budaya hingga wisata alam. Salah satu daya tarik wisata unggulan di Kabupaten Garut adalah Taman Wisata Alam Kawah Papandayan. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan mengalami penurunan khususnya wisatawan nusantara. Guna meningkatkan kembali jumlah kunjungan, pihak pengelola Taman Wisata Alam Kawah Papandayan melakukan strategi dan program peningkatan kualitas produk wisata yang terdiri dari Mutu Destinasi Wisata, Mutu Atraksi Wisata, Mutu Sarana Pendukung Wisata, dan Mutu Aksesibilitas. Jenis penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dan verifikatif dengan metode yang digunakan yaitu *explanatory survey*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden wisatawan nusantara dengan teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu *systematic random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu *path analysis*. Variabel *independent* dalam penelitian ini yaitu Kualitas Produk Wisata, dengan sub variabel Mutu Destinasi Wisata, (X_1), Mutu Atraksi Wisata (X_2), Mutu Sarana Pendukung Wisata (X_3), dan Mutu Aksesibilitas (X_4) sedangkan variabel *dependent* yaitu Keputusan Berkunjung (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Produk Wisata yaitu Mutu Destinasi Wisata dan Mutu Sarana Pendukung Wisata terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan hasil pengujian melalui program SPSS, indikator Mutu Atraksi dan Mutu Aksesibilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Indikator Mutu Destinasi Wisata memiliki pengaruh yang paling besar diantara indikator lainnya.

Kata Kunci: Kualitas Produk Wisata, Keputusan Berkunjung.

ABSTRACT

Katon Prabowo, 0901906, *The Effect of Quality of Tourism Product to The Decision to Visits in Natural Park of Papandayan Crater (Survey Of National Tourist Who Visited to Natural Park of Papandayan Crater, Garut District)*. Under the guidance of Rini Andari S.Pd.,S.E.Par.,M.M. and Yeni Yuniawati S.Pd.,MM.

Garut district is one of tourism destination in West Java, theres a lot of tourism attractions in garut district, begin from cultural tourism to natural tourism. One of the best tourism attraction in Garut district is Natural Park of Papandayan Crater. Base on data, discovered that number of visits to Natural Park of Papandayan Crater has decreased. To increase the number of visitors, management of Natural Park of Papandayan Crater create a strategy to improve the quality of tourism product consists of quality of tourism destination, quality of tourism attraction, quality of tourism accommodation, and quality of tourism accessibility. Sample in this research is 100 respondents of national tourist with technique withdrawal samples used that is systematic random sampling. Technique of data analysis used on this research is path analysis. The independent variable in this study are quality of tourism product, with sub variable quality of tourism destination, (X1), quality of tourism attraction (X2), quality of tourism accommodation (X3) and quality of tourism accessibility (X4), and the dependent variable is the decision to visits (Y). The results showed that there were significant effects of quality of tourism product is quality of tourism destination and quality of tourism accommodation, toward decision to visits. Based on the results of testing through the SPSS program, an indicator of quality of tourism attraction and quality of tourism accessibility does not have a significant impact on decision to visits. Indicators of quality of tourism destination is the most influence indicators among others.

Keyword : Quality of Tourism Product, Decision to Visits.